GAGALKAH KONSEP CIHAMPELAS DI ANCOL?

Pusat jins di Ancol, Jakarta, yang menerapkan konsep pusat jins Cihampelas, Bandung, ternyata sepi pengunjung. Apa yang mesti dibenahi?

Dibuka pada Oktober 1989, Cahaya Jeans Centre, yang terletak di kompleks Drive In Ancol di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta, diharapkan menjadi pusat perbelanjaan jins terbesar dan terlengkap di Indonesia. Pendirian pusat jins Ancol milik PT Pembangunan Jaya ini diilhami oleh keberhasilan pusat jins di Cihampelas, Bandung, yang merupakan perpaduan antara unsur belanja dan rekreasi. Ciputra, Presdir Grup Jaya, ingin menerapkan konsep seperti itu di Ancol.

Setahun lebih kini usia Cahaya Jeans Centre. Tapi, pamornya malah kian memudar. "Dulu sewaktu awal pembukaan memang ramai, tapi sekarang sepi," keluh salah seorang karyawan toko Billy Pollocks Studio di pusat jins Ancol. Menurut karyawan yang tidak mau disebut namanya itu, kalau sedang sepi tokonya hanya bisa menjual tiga potong jins. Sedang menurut Billy Pollock, si pemilik toko itu, Ancol memang kurang strategis untuk pemasaran karena lokasinya jauh dari pusat kota. "Saya membuka toko di sini hanya untuk tujuan pariwisata," kilahnya. Karena itu, meski omsetnya bisa mencapai Rp 20 juta per bulan, ia tidak mau hanya menggantungkan bisnis jins di Ancol. Ia mengaku punya usaha serupa di Cihampelas, Solo, dan Bali.

Keluhan senada juga diungkap oleh pramuniaga di stand Dynasty Jeans. "Kalau lagi sepi, lima potong pun belum tentu terjual," ujarnya. Memang ia mengakui kalau lagi ramai bisa terjual sampai 500 potong. Tapi itu terbatas pada hari-hari tertentu saja, misalnya malam Minggu atau hari-

EDWARD TIGOR SIAHAAN

LENGANG, *Cahaya Jeans Centre, Ancol, pada hari-hari biasa.*

hari libur. "Lokasi di sini jauh dari pusat kota dan harga makanan pun mahal," jelasnya memberi alasan.

D.M. Jeans Studio juga mengaku sepi pengunjung meski pemiliknya dua artis beken Dicky Zulkarnaen dan Mieke Wijaya. Dicky memang tak menyangkal kalau omset per bulannya bisa mencapai Rp 20-30 juta. "Tapi kami tak berharap bisa mencapai omset seperti pedagang jins di Cihampelas," ungkapnya. Menurutnya, sepinya pengunjung itu bukan saja karena Ancol terletak jauh dari pusat, tapi juga tarif masuknya yang ia nilai terlalu mahal – masih ditambah ongkos taksi bagi yang tak bermobil. "Akibatnya tak banyak kalangan bawah yang bisa masuk ke Ancol," tegas pengusaha jins yang mengaku kebanyakan pelanggananannya para artis itu. Padahal menurut dia, 75% jins yang digelar di Cahaya Jeans Centre tak beda dengan yang dipajang di Cihampelas dan harganya pun relatif tidak berbeda. Selain itu setiap pengusaha jins juga sudah mempercantik diri dengan menampilkan gaya arsitektur toko yang unik-unik. Tapi tetap saja sepi.

Pihak pengelola Cahaya Jeans Centre sebenarnya juga sudah punya beberapa program untuk menarik pengunjung, misalnya dengan mengadakan lomba lukis, *fashion show*, musik, dan aerobik. Tetapi menurut beberapa pramuniaga toko yang dihubungi, sekarang program-program itu sering tersendat dan terkadang dilakukan tidak sesuai jadwal. Pergelaran musik yang dulunya dijadwalkan setiap malam Minggu, kini sering tidak ada.

Menurut Billy Pollock, sebenarnya hal yang paling penting dilakukan oleh pengelola adalah berpromosi keluar, misalnya dengan memasang iklan di media massa. Tanpa promosi, menurut Billy program-program acara yang sering diadakan menjadi percuma. "Boleh dibilang acara-acara itu hanya akan memberikan hiburan pada orang-orang dalam," tambahnya. Masih kata Billy, itu terjadi karena belum banyak yang tahu kalau di Ancol terdapat pusat jins. "Jadi meskipun ada acara, tetap saja tak banyak pengunjung." Karena itu ia juga menyarankan agar di setiap pos hiburan yang ada diberi semacam keterangan tentang program-program acara di pusat jins. "Dengan begitu keberadaan tempat ini bisa mereka ketahui," jelasnya.

Usulan lain datang dari Dicky Zulkarnaen. Menurut dia, untuk meningkatkan jumlah pengunjung Ancol perlu dilakukan penurunan tarif masuk. "Saya rasa ini tak merugikan karena pengunjungnya nanti akan berlipat," jelasnya meyakinkan. Ia juga menyayangkan kurangnya program-program tetap yang diselenggarakan pihak pengelola. "Malam Minggu saja terkadang tak ada acara," keluhnya. Dicky menyarankan agar program-program yang sudah ada ditambah lagi. Secara pribadi ia juga akan mengadakan lomba lukis jins dengan tema turut menunjang Visit Indonesia Year 1991. Tapi menurutnya, itu semua juga masih dirasa kurang mendukung. Ia juga berharap agar dibuka tempat-tempat jajan seperti *cafe*, *pizza*, ayam goreng tepung, dan es krim.

EDWARD TIGOR SIAHAAN

KALAU LAGI SEPI, lima potong pun belum tentu laku.

Kafi Kurnia, ahli pemasaran yang mengikuti perkembangan pasar jins di Cihampelas dan Ancol, pada prinsipnya sependapat dengan para pengusaha jins di Ancol tadi. Hanya, ada satu hal yang menurut Kafi perlu dicatat, yaitu "Konsep Cihampelas itu bukan hanya sekadar menjual jins dengan daya tarik arsitektur toko yang aneh-aneh," tandasnya. Menurut Kafi, yang paling menentukan keberhasilan di Cihampelas adalah kreativitas para pengusahanya yang bisa menciptakan model jins aneh-aneh. "Dan ini sukar dicontoh orang lain," tambahnya.

Menaggapi berbagai keluhan para pengusaha jins itu, nampaknya pihak pengelola tidak begitu risau. "Kita harus kembalikan pada konsep yang melandasinya, yaitu menggabungkan unsur rekreasi dengan belanja. Yang namanya rekreasi, itu ramainya ya pada hari-hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Jadi bisnis yang terkait dengan rekreasi juga hanya akan ramai pada hari-hari itu," tangkis Handojo Kristyanto, Direktur Eksekutif Cahaya Department Store yang mengelola pusat jins Ancol. "Lalu," lanjut Handojo, "untuk bisnis pada hari-hari sepi kami menerima pembeli grosir dari luar kota." Ia juga mengklaim kalau omset yang dicapai selama ini sudah sesuai dengan target, meski ia tak mau menyebut berapa besarnya.

Handojo mengemukaan, tidak benar kalau pihaknya jarang pasang iklan di media massa. Sejak enam bulan terakhir, misalnya, ia mengaku sudah beriklan di radio Prambors, juga sering pasang di koran setiap kali akan ada acara yang agak besar. Dan mengenai penurunan tarif masuk yang masih dinilai mahal, kata Handoyo, untuk setiap pengunjung yang berbelanja jins Rp 10.000, akan diberikan satu tiket gratis. "Itu sudah kami lakukan sejak pembukaan dulu," tegasnya. Pihaknya juga akan membuka tempat jajan Pujasera dan *cafe* yang menyediakan es cendol, bakso, dan lain-lain. "Yang jelas bukan restoran besar seperti Kentucky karena akan menghilangkan ciri khas Ancol sendiri," tambahnya. Selain itu, minimal sebulan sekali juga sudah membuat brosur yang dibagikan di Cahaya Department Store. Berbagai acara, menurutnya juga akan lebih dipergiat lagi.

Sebenarnya keluhan tentang turunnya omset juga diungkap oleh pedagang jins di Cihampelas, hanya kadarnya berbeda. Cun Cun pemilik toko Aztek yang menempati posisi strategis dengan halaman parkir luas, mengeluh kalau omset yang diterima sekarang (Rp 70 juta per bulan) hanya sepertiga dari omset tahun lalu. Ia heran kenapa omsetnya turun. Sebab menurut pengamatannya, pengunjung masih tetap ramai. Tapi nasib lebih tragis menimpa Robby. Pemilik toko Oz Wonder ini sekali tempo terpaksa harus mengobral dagangannya kalau terjadi kelebihan stok. Menurut dia, turunnya omset itu dikarenakan jumlah toko jins di Cihampelas bertambah banyak, kini sudah mendekati 100.

Pusat jins di Cihampelas boleh jadi memang sudah tak sehebat dulu. Tapi ini bukan alasan kalau Cahaya Jeans Centre di Ancol harus terus sepi. ■

Sujatmaka/Inung K. Ariswangsa